

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH, E-SERVICE QUALITY*
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(Survey Pada Pelanggan Online Travel Agent Traveloka di Yogyakarta)**

ANDO RIZKY PRATAMA

NIM : 141150110

E-mail: andoprata@gmail.com

Pembimbing I : Sri Kussujaniatun, DRA.Msi.

Pembimbing II : Sri Harjanti, S.E, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *electronic word of mouth, e-service quality dan brand image* terhadap *repurchase intention*. Data diambil dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah responden sebanyak 162 orang yang pernah melakukan pembelian di *online travel agent* Traveloka di Yogyakarta. Pengumpulan data primer dilakukan dengan kuesioner yang disusun menggunakan skala likert dan kemudian dikompilasi menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada pengguna *online travel agent* Traveloka di Yogyakarta, *e-service quality* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada pengguna *online travel agent* Traveloka di Yogyakarta, *brand image* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada pengguna *online travel agent* Traveloka di Yogyakarta dan *electronic word of mouth, e-service quality dan brand image* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada pelanggan *online travel agent* Traveloka di Yogyakarta,

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth, E-service Quality, Brand Image dan Repurchase Intention*